



PRESSEINFORMATION

Gedämpfte Stimmung in europäischer Hotellerie und Gastronomie

American Express Trendbarometer 2008: Deutsche und italienische Branchenvertreter sind für die nächsten zwölf Monate unverändert positiv gestimmt

Frankfurt, 25. August 2008. Die Stimmung in der europäischen Hotellerie und Gastronomie hat sich im Zuge der wirtschaftlichen Eintrübung insgesamt leicht verschlechtert. Die Euphorie des vergangenen Aufschwungjahres ist verfliegen, die ersten Hoteliers und Gastronomen machen sich Sorgen um eventuell ausbleibende Gäste und Umsatzrückgänge. Um dem Abschwung entgegenzuwirken, setzt die Branche unter anderem auf Vergünstigungen und Mehrarbeit. Dies ergab das aktuelle American Express Trendbarometer 2008, für das zum dritten Mal 300 Hotel- und Restaurantmanager in fünf Ländern befragt wurden.

Im Länderdurchschnitt sind 68 Prozent der europäischen Hotel- und Restaurantmanager für die kommenden zwölf Monate guter Dinge. 2007 waren es noch gut drei Viertel. Die Befragten teilen sich in zwei Lager auf: Den optimistisch gestimmten Deutschen (72 Prozent, 2007: 73 Prozent) und Italienern (73 Prozent, 2007: 70 Prozent) stehen die weniger zuversichtlichen Spanier (62 Prozent; 2007: 73 Prozent), Briten (67 Prozent; 2007: 80 Prozent) und Franzosen (68 Prozent; 2007: 78 Prozent) gegenüber. Zu diesem Stimmungsabschwung haben die Finanzmarktkrise und ihre ökonomischen Folgen beigetragen. So sehen rund drei von zehn Hoteliers und Gastronomen die wirtschaftliche Gesamtsituation als große Herausforderung. Ein Jahr zuvor vertraten nur 8 Prozent diese Auffassung. Für 31 Prozent der Restaurantmanager und 39 Prozent der Hotelmanager stellt der hohe Wettbewerbsdruck die größte Herausforderung dar. Die Energiekosten bewertet hingegen lediglich 1 Prozent als signifikante Belastung für das eigene Geschäft.

Exzellenter Service wichtiger denn je

„Die nachlassende wirtschaftliche Dynamik in Europa hat bereits auf das Hotel- und Gaststättengewerbe übergegriffen. Das europäische Gastgewerbe gibt teilweise deutlich vorsichtigere Prognosen zur Geschäftsentwicklung ab als im letzten Jahr – besonders in Großbritannien und Spanien, wo die Auswirkungen der Finanzmarktkrise besonders ausgeprägt sind“, so Carola Paschola, Vice President bei American Express.

„Bemerkenswert ist die Energie, mit der sich die Branche gegen einen möglichen Abschwung stemmt. Die Anbieter suchen jetzt besonders intensiv nach Möglichkeiten, mit erstklassigem Service und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis am Markt zu bestehen. Die Verbraucher werden dies honorieren, denn sie gehen immer noch gern Essen.“



Die Wünsche der Gäste im Fokus

Den Hoteliers und Gastronomen ist bewusst, dass auch ihre Gäste den Gürtel künftig enger schnallen werden. Viele sehen daher davon ab, die steigenden Kosten für Energie und Lebensmittel an die Kunden weiterzugeben. Mehr als 60 Prozent der Branchenvertreter haben die Preise im vergangenen Jahr nicht oder nur geringfügig um 1 bis 5 Prozent erhöht. Auch bei Steuererhöhungen trägt mehr als die Hälfte der Hotels und Restaurants so viele Kosten wie möglich selbst und gibt nur bedeutende steuerliche Veränderungen an die Kunden weiter. Die Gäste werden künftig nach Meinung der europäischen Hotel- und Restaurantmanager vor allem großen Wert auf zuvorkommenden (67 Prozent) und freundlichen (58 Prozent) Service sowie die Erfüllung individueller Wünsche (62 Prozent) legen. Wichtig ist den Kunden künftig auch, dass sich die Küche an kulinarischen Trends orientiert, glauben 45 Prozent der Befragten.

Erfolgsrezepte gegen den Abschwung

Viele Hoteliers und Gastronomen in Europa haben für den Abschwung bereits Maßnahmen parat: 29 Prozent der Hotels und 18 Prozent der Restaurants planen Preisnachlässe. Jeder dritte Hotelier und fast jeder zweite Gastronom stellt sich auf Mehrarbeit ein. Doch auch hier gibt es Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern: Während fast jeder zweite Hotelier und Gastronom in Italien mit Überstunden rechnet, ist es in Deutschland nur knapp jeder dritte. Dafür bieten die deutschen Hoteliers und Gastronomen eher Sonderkonditionen an (27 Prozent) als die italienischen (17 Prozent). Nur wenige der Befragten erwarten angesichts des wirtschaftlichen Abschwungs Stellenstreichungen (7 Prozent der Hotelmanager, 3 Prozent der Restaurantmanager). Die wichtigsten Ziele der Hoteliers und Gastronomen für das kommende Jahr sind die Vergrößerung des Kundenstamms sowie Kosteneinsparungen. Sechs von zehn Hoteliers und Gastronomen planen, den Umsatz mit bestehenden Kunden auszubauen.

Über die Studie:

Das Trendbarometer 2008 ist die dritte internationale Befragung von Hotel- und Restaurantmanagern durch American Express. Insgesamt wurden 300 verantwortliche Manager aus dem Hotel- und Restaurantgewerbe in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien zu den Trends und Entwicklungen befragt. In die Studie einbezogen wurden Hotels, deren Jahresumsatz mindestens 1 Million Euro beträgt und Restaurants, die 200.000 Euro und mehr pro Jahr umsetzen. Durchgeführt wurde die jährliche Studie von Loudhouse Research im Auftrag von American Express.

Über American Express International, Inc.

American Express – 1850 gegründet und seit 1898 auch in Deutschland vertreten – ist einer der weltweit führenden Anbieter von Reise- und Finanzdienstleistungen. Über 66.000 Mitarbeiter kümmern sich in über 200 Ländern um die 88 Millionen Kartenkunden und viele Millionen Geschäftsreisende.

Kontakt:

American Express International, Inc.
Ursula Hellstern
Pressesprecherin
Tel: +49 (0)69 / 97 97 – 23 32
Fax: +49 (0)69 / 97 97 – 29 19
E-Mail: Ursula.E.Hellstern@aexp.com